

Weniger Aufwand für Druckereien

Unadressierte Werbesendungen lassen sich mit dem Online-Tool für PromoPost nun noch leichter planen und realisieren. Neu muss für verschiedene Sorten nur ein Auftrag erfasst werden. Die exakte Berechnung von Auflagen und Kosten vereinfacht den gesamten Prozess bis zur Auftragserteilung.

Von DENISE PFAMMATTER

Bei der PromoPost – den unadressierten Werbesendungen der Post – kennt sich Cécilia Sande aus. Sie ist als Sachbearbeiterin in der Kundenpedition der Kalt Medien AG in Zug tätig. Sie speditiert PromoPost von der Druckmaschine direkt in die Briefkästen. Besser gesagt: Sie lässt speditieren. Denn sie organisiert, was die Post auszuführen hat. «PromoPost ist für unsere Auftraggeber ein wichtiger Kommunikationskanal», sagt Cécilia Sande. So druckt die Kalt Medien AG beispielsweise für einen Kunden kantonsübergreifend ein Entsorgungsmerkblatt. «Mit der PromoPost können wir die ganze Schweiz beliefern und erst noch im Detail auswählen, welche Haushalte wir abdecken wollen.» Ein weiterer Vorteil: Die unadressierten Mailings werden per Briefpost genau am gewünschten Tag zugestellt.

Wichtiges Arbeitsinstrument

Ein Online-Tool auf der Website der Post erleichtert sowohl die Planung wie auch das Ausliefern von Werbe-

sendungen. Damit lassen sich die Streugebiete klar definieren und je nach Zielgruppe das geeignete PromoPost-Produkt auswählen: zum Beispiel PromoPost Selektiv Ein-/Zweifamilienhäuser, wenn ein Angebot für Gartenartikel nur an diese Zielgruppe gestreut werden soll. Solche Möglichkeiten schätzt Cécilia Sande: «Das PromoPost-Tool nimmt mir eine Menge Arbeit ab. Ich kann bereits in der Offertphase exakte Zahlen nutzen und einfach Aufgabedatum, Kosten und Auflagen bestimmen.» Ein integrierter Preis- und Auflagenkalkulator, der sogenannte Quick Calculator, lässt sich sogar ohne Registrierung verwenden. «Er ist praktisch, um rasch einen Überblick zu gewinnen, wie gross die Druckauflage sein soll und was ein Auftrag kostet», erklärt Andreas Urben, Leiter Product Management PromoPost.

Auch die Auftragserteilung und -abwicklung erfolgt mit dem PromoPost-Tool. Mit wenigen Klicks lassen sich alle benötigten Dokumente wie Ortschafts- und Streulisten, Auf-

tragsbestätigungen, Lieferscheine und Bundzettel erstellen. «Das Ganze ist leicht zu bedienen», bestätigt Cécilia Sande. «Besonders praktisch finde ich, dass ich wiederholende Aufträge einfach kopieren und Gewicht, Grösse sowie Zustelldatum anpassen kann. Die neuen Zahlen werden automatisch berechnet.»

Verschiedene Sorten, ein Auftrag

Variiert der Inhalt eines Werbemittels je nach Region oder Zielgruppe, haben die Druckereien neu die Möglichkeit, die unterschiedlichen Sorten mit einem einzigen Auftrag zu erfassen. Das bewährt sich beispielsweise, wenn auf dem Werbeflyer eines Detailhändlers die Adresse der nächstgelegenen Filiale aufgedruckt ist und diese pro Region ändert. Alle Flyer mit dem selben Adressaufdruck gelten dann als eine Sorte. «Bis anhin musste im PromoPost-Tool für jede Sorte ein separater Auftrag erstellt werden», sagt Andreas Urben.



Neu können Druckereien Werbeflyer für verschiedene Filialen eines Kunden noch einfacher via PromoPost verschicken.

Ab sofort lassen sich verschiedene Sorten mit einem sogenannten Sortenauftrag in einem einzigen Durchgang erfassen. «Das vereinfacht den gesamten Prozess erheblich, gerade auch für die Druckereien. Und es unterstützt die Post bei der Qualitätssicherung: Sortenaufträge sind klar als solche erkennbar. Dadurch wird sichergestellt, dass jede Sorte am richtigen Ort zugestellt wird – auch wenn alle Prospekte auf den ersten Blick gleich aussehen.»

➤ www.post.ch/promoposttool

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie im kostenfreien Magazin «DRUCKMARKT impressions». Etwa alle 14 Tage, mindestens aber 20 Mal im Jahr, erscheinen die Ausgaben als vollwertige PDF-Magazine auf unserer Homepage im Internet.

www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design